

人是发展新质生产力的关键因素

陆仁

在宁波市委党校2024年春季学期开学典礼上,市委主要领导走上讲台,围绕“发展新质生产力”主题,为学员讲述“开学第一课”,强调发展新质生产力是综合性系统工程,必须整体把握、统筹推进,要求准确把握人是发展新质生产力的关键因素,因地制宜发展新质生产力,切实增强战略主动。

人是生产力中最活跃的因素,也是最具决定性的力量。发展新质生产力,既需要大量应用型、技术技能型人才,也需要能够创造新质生产力的创新型、战略性新兴产业人才。今年全国两会审议通过的政府工作报告,20次提及“人才”二字,并从加大人才培养力度、完善工作机制保障、改善人才发展环境等方面,对全方位培养、用好人才作了部署。落实这些要求,切实用好人才这个“最具决定性的力量”,需至少从三个维度去理解和把握。

事业之要,唯在得人。发展

新质生产力,必须做大人才总量,做优人才质量,推动形成新的变量。近些年来,宁波主动顺应科技创新大势,以空前的力度“招才引智、筑巢引凤”,像甬江科创区的打造,以及中国科学院宁波材料所、甬江实验室、国家石墨烯创新中心等重大平台的全面推进,使人才集聚效应不断显现,有力促进了宁波先进制造业规模、能级和效益的提升。不过,以新质生产力“高科技、高效能、高质量”的标准来衡量和推动新一轮发展,人才资源不足,尤其是尖端人才、领军型人才缺乏等问题,依然是一个亟待破解的制约瓶颈。面对新的形势与任务,各地须以更大的诚意,付出更多的努力,搭起更好的平台,从人才引育、用的整个周期着眼,拿出一些实在、管用、可操作的办法来,真正把宁波打造成人才政策的高地、就业创业的福地。如此,城市的未来才有更灿烂的前景。

人的潜能是无穷的,应重视激励和发挥人的主观能动性。任何一项事业,只有干出来的精彩,没有

等出来的辉煌。发展新质生产力,必须有敢闯敢试的魄力、善作善成的行动。只有把认识的紧迫性、人的主观能动性,落实到脚踏实地、做则必成的实际行动中,我们提出的目标、作出的规划,才有现实意义。否则,再好的蓝图,也只能是空中楼阁。现在有的地方,存在一种不好的现象,就是“表态快、行动慢”“雷声大、雨点小”,很多事情停留在口号上,不落地。这是要不得的。让生产力实现引领时代潮流的“新质”要求,广大党员干部包括那些专家团队、科研人员及一线技术型人才,应积极行动起来,争当实干家,把干事创业的精气神调整到最佳状态。就像当年那些搞“两弹一星”的功臣们一样,敢于在新质生产力发展的伟大进程中,展示才华,锤炼本领,扛起时代责任,实现人生抱负。

“人尽其才,才尽其用,各显其能”,对我们各项事业而言,是至关重要的。在新质生产力发展过程中,发挥人这个关键因素的作用,应注意防范和纠正观念、理念上的一些偏差。今年全国两会期

间,人大代表潘复生院士就呼吁,要废除“第一学历”的概念,并建议有关方面健全以能力为导向的人才多元评价标准,消除学生档案、求职中的“第一学历”概念,破除对学校“出身”的显性和隐形限制条件。这一倡议,受到了广泛关注。破除人才使用中的门第之见,是开明之举。树立大人才观,有利于形成万马奔腾的生动局面。从各地实践看,有一个办法简单易行——就是真正确立以实干实绩为标准用人导向,“是骡子是马,拉出来遛遛”。

唯物辩证法基本原理告诉我们,世界是矛盾的、运动的、变化的,善于抓住主要矛盾和矛盾的主要方面,才能事半功倍。加快形成新质生产力,打通束缚新质生产力发展的痛点、堵点、卡点,必须聚焦人这个关键因素。



公厕标识抽象 实为规则意识模糊

张西流

生活中,男女厕所的标识让人无法一眼辨别的情况有很多,这些标识上面或周边又没有文字、拼音说明,给人带来诸多不便。部分商家把卫生间标识当成一个重要的品牌营销元素,为了猎奇、吸引眼球,各种标识花样百出(3月21日《法治日报》)。

城市标识是为城市环境服务的,说到底,就是为人提供服务。在厕所等公共场所,标识的功能性是首要的。然而,有的商场、酒店、景区、医院等公共场所,厕所标识太抽象,让人难以分辨,不少网友表示,“现在上厕所全靠猜”。可以说,厕所标识不规范,成为城市标识的一种“流行病”,影响了标识的功能,公共服务的成色也打了折扣。

此前据媒体报道,北京公厕的标识竟多达几十种。除了传统的“男/女”汉字标识以及西装男士、裙装女士标识外,各类特色标识可谓五花八门:有的用烟斗代表男厕、用高跟鞋代表女厕;有的用男士礼帽、女士礼帽区分;也有不少用英文示意;还有的直接用装修颜色区分,粉色代表女厕,蓝色代表男厕;更有甚者,男女厕所是香蕉、水蜜桃。

针对五花八门的厕所标识,舆论褒贬不一。支持者认为,厕所的个性化标识值得肯定,上厕所也有一

个好心情。反对者则表示,标识不统一,有时会让人难以区分男女厕所;尤其是外国友人,一旦没有统一的标识,可能会闹出不小的“国际玩笑”。可见,厕所标识正陷入一种尴尬局面。一方面,多元化时代,人的需求是多种多样的,标识的趣味性和娱乐性,可以满足一些人追求轻松、幽默、愉悦的心理需求;另一方面,在设计中,一些标识个性有余,却失去了必须具备的规范性和统一性。

事实上,关于厕所标识,我国并非没有相关规定。现行国家标准《公共信息图形符号 第1部分:通用符号》,对洗手间男女标识的应用原则和要求作了规定。比如,卫生间标识的使用规则为,使用全身男性人形或全身女性人形,与其他符合要素组合成图形符号。从外形看,男性穿长裤,女性穿裙子。2016年出台的《城市公共厕所设计标准》也提到,公共厕所男、女进出口,应设有明显的性别标识,标识应设置在固定的墙体上,标识的图形符号应符合有关规定。

公厕标识抽象,实为规则意识模糊。既然厕所标识有标准,就应该严格执行,而不能任意发挥“个性”,不可为了标新立异,而牺牲公共标识应有的功能。换言之,公共厕所应当在符合国家标识规定的原则下,再结合当地文化符号、所在区域及建筑的功能属性,进行适当再设计。

化解“水危机”靠节约还不够

何良京

3月22日,是世界水日,也是中国水周(3月22日至28日)起始日。由于笔者当下工作和水相关,所以想聊上几句。

“水危机”概念,已为很多朋友接受,然而对于该危机何时出现、怎样形成,了解的人好像并不多。对此,笔者的观点是,水危机是客观的,甚至是不可控的,人类应该在总结前人经验教训的基础上,去规避危机、化解矛盾,最终使水人和谐。

水和人类的矛盾其实从来就存在。一方面,水是生命之源,整个人类发展史,基本上就是一部“逐水而居”史,想要生存下

去,就得有水用。另一方面,水很难控制,因为在大自然面前,人类是非常渺小的。历史上,黄河无数次决堤即明证。

世界水日、中国水周之所以设立,我想应该就是要提醒大家,保护环境,保护水资源,按客观规律行事。某种程度上讲,“水危机”其实是人类自己“作”出来的。

有专家撰文说,由于人口增长、工农业生产活动频繁和城市化发展,对水资源需求不断增加,还有水污染、竞争性开发带来的不合理利用等原因,致使供水出现了严重危机。

笔者认为,上述问题中,人口数量增加,用水需求扩大算是“客观”问题,其他是“作”出来的。

因为水资源不像石油、煤炭资源那样会被消耗掉,且不能再生,它在人类利用过程中被污染,经过一段时间就循环往复了。应对得当,人与水是能够和谐共生的。

揆诸现实,人类的“作”还体现在学识、格局、利益等方面。一条大河奔腾不息,其本身乃至整个流域,就是一个系统,而我们面临的“水危机”,往往就是人类以“我”的视角为出发点造成的。“我”主政一方,考虑的是管辖范围的利益和“我”任期内的利益;“我”是一名企业主,于是只关心企业的发展、怎样使企业利益最大化,至于是否会对当地水域造成污染,给下游用水带来什么问题,如果没有强力约束,那就不是“我”

考虑的问题;“我”是搞水上运输的,就只关心航道是否有足够的宽度和深度,至于水质好坏与“我”无关……

世界水日特别强调节水意识,这当然没有错。节约对应的是浪费,对水资源而言,仅仅不浪费是远远不够的。在经济条件能满足“用水自由”的情况下,要求人们节约用水,效果总是有限。因此,如果我们能站得更高,放眼长远,着眼水系、流域来治水,按照特定地域地貌特征来科学地分配水、利用水,收到的综合效益,是难以估量的。比较而言,这个效益如果是“西瓜”,那靠节约所得的成果或许连“芝麻”也称不上。

宁波银行专栏

宁波银行携手腾讯视频推出联名信用卡 享“金融服务+视频会员”双份权益

近日,宁波银行携手腾讯视频推出联名信用卡,将金融服务与娱乐体验相结合,为持卡客户提供“金融+视频会员”的双重权益。

宁波银行腾讯视频联名信用卡不仅具备丰富权益和优惠,还是一张“时尚名片”,其发卡卡组织是美国运通,可同时在境内和境外消费使用。同时配备了美食、购物、酒店、境外返现等多项通卡专属权益。另外还提供最高20万元的信用额度,既满足了用户的信用消费需求,又让持卡人享受到联名带来的多重权益。

宁波银行腾讯视频联名信用卡除了具备消费、取现、分期等普通信用卡的基本功能,还特别为持卡客户准备了首刷礼、月悦礼、专属兑换礼等多项腾讯视频的专属权益。

首刷礼:2024年12月底前,由宁波银行完成核卡的信用卡新客户,在核卡后的30天内,只需

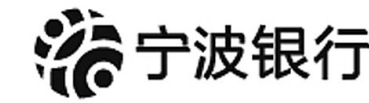
消费1笔满88元,即可领取腾讯视频VIP季卡一张,让用户在初次使用联名卡时就能感受到实实在在的优惠,畅游热门剧集的精彩世界。

月悦礼:作为宁波银行腾讯视频联名信用卡的另一大亮点,2024年12月底前,核卡的宁波银行信用卡新客户,在活动期间,每自然月内只要使用这张联名卡完成3笔满188元的消费,即可领取腾讯视频VIP月卡一张;若进一步完成进阶任务,即累计消费金额满5888元,则可再领取一张腾讯视频VIP月卡,享受追剧权益。

超值兑换礼:宁波银行腾讯视频联名信用卡持卡人每月可凭1888个宁波银行信用卡波豆(即信用卡积分)额外再兑换一张腾讯视频VIP月卡。这一权益不仅让持卡人的积分更有价值感,而且进一步加深了银行与持卡用户之间的联结。除了追剧权益,宁波银行腾

讯视频联名信用卡的持卡人首年免年费,任意消费满12笔或绑定支付宝/微信支付即可免次年年费,让用户畅享各类权益。

宁波银行作为国内20家系统重要性银行之一,一直致力于为客户提供优质、便捷、高效的金融服务;宁波银行信用卡通过深化金融科技建设和大数据技术应用,不断丰富产品,持续提升客户体验。腾讯视频作为国内领先的在线视频平台,拥有大量的优质内容资源,从热门剧集到经典电影,从综艺节目到纪录片,满足了用户多样化的娱乐需求。此次双方携手,将金融与娱乐结合,为用户带来全新的体验。今后,双方将探索更多合作方式,共同致力于为广大客户提供更好的服务。



邮储银行宁波分行落地宁波地区首个数字人民币智能合约预付费产品

近日,邮储银行宁波分行落地宁波地区首个数字人民币预付费卡业务,标志着邮储银行宁波分行数字人民币应用在智能合约领域取得新突破,进一步拓宽了数字人民币应用场景。

本次智能合约业务落地是邮储银行宁波分行通过与数金公共服务(青岛)有限公司开展智能合约领域合作,消费者可通过“智金卫士”微信小程序购买、使用和管理相应预付费服务。目前已上线的产品为宁

波一路行汽车销售服务有限公司洗车卡,市民在数字人民币App元管家模块购买预付费产品,可立享299元12次洗车。此外,邮储银行还配置了预付费产品的满减优惠活动,大大提升了洗车的性价比。

数字人民币智能合约预付费服务具有保障资金安全、助力商户降本增效的特点。消费者购买预付费服务的资金由邮储银行管理,在实际完成消费后划转给商家,也可自行发起资金退还申请,随时退还剩余预付

资金,充分保障预付资金安全。依托该产品,平台和商家可以拓展数字人民币业务应用场景,丰富获客渠道。同时,结合数字人民币即时到账、零手续费等特性,用户可以享受到优质、低成本的金融服务。该产品基于智能合约整合数字人民币钱包和银行账户,可实现预付卡账户管理体系,对资金的充值、核销、使用进行全流程风控监管。智能合约业务的落地为邮储银行宁波分行落地地区金融数智化转型打开了新思路。

特征,实现全线上随借随还。

宁波农村地区分布着商贸集群客户,邮储银行宁波分行结合乡村振兴工作要求,下沉工作重点,躬身入局探索,做好宁波乡镇地区涉农客群的信贷金融服务。邮储银行宁波分行积极对农村地区的农产品(农副产品)批发零售市场等开展金融支持,并在全辖区开办种植产业、水产养殖行业产业贷。以“产业贷”为抓手,助力解决小微企业融资难问题。

工行宁波市分行连续三年蝉联宁波市重点工程项目优秀金融机构

近期,宁波市人民政府办公厅公布2023年度市重点工程评价结果,工行宁波市分行凭借对宁波市重点工程建设和固定资产投资的有力支持,再次获评宁波市重点工程项目优秀金融机构。自2021年以来,该行已连续三年上榜。

作为成长于宁波、服务于宁波的国有大行,该行充分发挥服务实体经济“头雁”作用,坚持以服务宁波现代化滨海大都市建设为己任,提高站位、主动作为、靠前发力,聚焦宁波大交通建设、城市发展和民生工程等重点领域,有效对

接重点工程项目发展需求与金融服务供给,为宁波各类经营主体提供全方位的融资支持。

2023年,在支持宁波三大牵引性工程建设上,该行围绕全市固定资产投资目标,成立宁波分行重点工程金融支持工作小组,重点协调解决一批重点工程项目的建设资金需求,并统筹分支行力量组建柔性服务团队,提高投贷业务的办理效率。此外,该行落实“投融攻坚”建设要求,通过引入工银集团资金、同业合作资金等方式及时对接融资需求,切实促进

金融服务质效提升,有效推动“引资入甬”。全年实现重点工程项目投融资458亿元,支持了83个重点工程项目。

今年开年以来,该行立足发展所需、金融所能,加快项目投放节奏,加强融资支持力度,推动形成更多重点工程项目落地。在今天的浙江省扩大有效投资“千项万亿”工程实施方案中,宁波共108个项目入选。截至2月末,该行已累计支持宁波市“千项万亿”工程项目超过20%,贷款投放较同期增长超过40%。

兴业银行宁波分行:强化金融支持,助力民营企业走稳路

在宁波这片先进制造业的热土之上,大大小小的民营企业不断汲取雨露,向阳生长。兴业银行宁波分行聚焦宁波科技型产业,围绕宁波市加快打造“361”万亿级产业集群行动和服务业“5566”发展目标,按照“转方式、调结构、提质量、增效益”的工作要求,以专业化的金融服务助力民营企业走稳路,上台阶,兴业银行宁波分行以金融之笔写好服务民营经济“兴”篇章。

宁波某塑料科技公司是一家国家级专精特新“小巨人”企业,主要从事注塑功能高分子粉末研发、生产和销售,所生产的材料广泛应用于冷链物流、清洁设备、农机、工程车辆等领域。今年复工复产后,

由于原材料市场价格波动大,企业需要提前锁价以预定原材料,预付资金压力大。经过深入调研,兴业银行宁波分行工作人员拿出可行方案,为企业提供优质利率融资1000万元。“这家企业在我们贷款定价补贴政策范围内,同时我们还为客户搭配使用兴速贷(优质科创企业专属)产品,实现高效融资,为企业节后复工复产及时输送‘弹药’。”

融资贵是不少民营企业发展中遇到的问题,为此,兴业银行宁波分行出台贷款定价补贴政策,面向普惠小微客户、科技创新贷款、绿色金融贷款、住房租赁项目融资等领域,针对性地对民营企业提供更优惠服务。

宁波通商银行:五大行动,品牌建设统筹高质量党建

为全面推动党建品牌建设,宁波通商银行党委深入实施“五大行动”,积极探索“党建+特色”发展模式,打造差异化特色化核心竞争力蓄势赋能,努力以高质量党建推动高质量发展。

实施“红色引擎”行动,筑牢理想信念“压舱石”。把深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育作为首要政治任务,做到提前谋划、精心部署。把党的领导作为政治保障,坚持党的领导与公司治理、党建引领与发展战略、党建责任与经营责任三个融合,做到“齐把关”“同谋划”“共推进”,确保领导核心和政治核心作用发挥。

实施“双核驱动”行动,把改革

竞争力”和“特色化业务核心竞争力”双核驱动,转型发展取得新突破。实施“1251”青年人才和党员骨干“双培”工程,全面打造一支党性强、素质高、业务精的人才队伍,充实后备力量。

实施“增收提效”行动,打好转型发展“组合拳”。把服务实体经济高质量发展作为党建重要任务,纳入年度党建工作考核,全面贯彻落实党和国家政策,圆满完成监管主要指标任务。把合规建设和加强基层党建紧密结合,同步纳入全面从严治党主体责任、全面风险管理考核范畴,把党的领导延伸到合规建设“最后一公里”。

实施“清廉金融”行动,织密干事创业“保障网”。建立党委统抓、纪委监督、职能部门各负其责、全行干

员工积极参与的工作机制,将清廉金融文化建设纳入各级党组织全面从严治党主体责任清单和“一岗双责”工作清单。

实施“惠民暖心”行动,唱响金融为民“主旋律”。将党建工作与企业文化建设有机结合,积极践行金融企业使命,落实实体经济与助企纾困政策,研究出台18条措施。通过“通商公益慈善基金平台”,累计投入慈善资金500余万元,帮扶星星儿童等特殊群体。

在党建品牌创建赋能下,该行的建设全面加强,社会品牌形象更加闪亮。在“滨海红帆”宁波市第二届机关优秀党建品牌评选活动中,“通民心 商行行”党建品牌荣获“机关优秀党建品牌”称号,是辖内优秀金融党建品牌。